



Perspective

Actualité en histoire de l'art

1 | 2018

Actualité en histoire de l'art

L'art, valeur refuge

Art, a Safe Investment

Kunst: eine sichere Anlage

L'arte, valore rifugio

El arte, valor refugio

Séverine Sofio



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/perspective/10015>

ISSN : 2269-7721

Éditeur

Institut national d'histoire de l'art

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2018

Pagination : 177-181

ISBN : 978-2-917902-46-2

ISSN : 1777-7852

Référence électronique

Séverine Sofio, « L'art, valeur refuge », *Perspective* [En ligne], 1 | 2018, mis en ligne le 31 décembre 2018, consulté le 05 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/perspective/10015>

L'art, valeur refuge

Séverine Sofio – CNRS
(Cresppa, UMR 7217)

– BOLTANSKI, ESQUERRE, 2017 : Luc Boltanski, Arnaud Esquerre, *Enrichissement. Une critique de la marchandise*, Paris, Gallimard (NRF Essais), 2017, 672 p.

– SCHULTHEIS, SINGLE, KÖFELER *et al.*, 2016 : Franz Schultheis, Erwin Single, Raphaela Köfeler, Thomas Mazzurana, *Art Unlimited? Dynamics and Paradoxes of a Globalizing Art World*, Bielefeld, Transcript Verlag (Cultures of Society, 20), 2016, 264 p. [en ligne, URL : <http://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3296-5/art-unlimited/>].

Pour les sociologues Luc Boltanski et Arnaud Esquerre, le capitalisme dans les sociétés occidentales est entré dans un nouvel âge : celui de la revalorisation – « l'enrichissement » – de choses, issues du passé ou non, produites industriellement ou non, mais dont le point commun est d'être accompagnées d'un récit qui les érige au statut de choses exceptionnelles (*vintage*, historiques, de collection, uniques, etc.), rares et chères, accessibles aux plus privilégiés, voire dont la possession détermine aujourd'hui l'appartenance aux fractions privilégiées de la société. Contrairement aux objets issus de la production industrielle – objets standardisés, qui ne sont valorisés que pour leurs qualités techniques et qui sont produits pour répondre à un besoin (quitte à ce que ce besoin soit créé par la publicité, ce qui est le propre d'une société de consommation) – les choses « enrichies » ne répondent à aucun besoin spécifique, sinon sans doute celui de se distinguer. Surtout, leur valeur est entièrement déterminée par la sélection et le soin dont elles sont l'objet, c'est-à-dire (pour le dire vite) par le discours qui les fait exister en tant que survivances de l'Histoire, relevant du patrimoine et/ou du terroir et justifiant ainsi à la fois leur caractère unique, donc irremplaçable, l'obligation *morale* de les conserver et leur prix élevé.

Pour les auteurs, cette nouvelle tendance a pénétré, au cours des trois ou quatre dernières décennies, tous les secteurs de l'économie de marché, ou, pour le dire autrement, le capitalisme s'est étendu à des domaines jusqu'alors relativement préservés par la marchandisation, comme l'art, l'histoire ou le patrimoine – au point de supplanter définitivement (ou d'être en passe de le faire) la production industrielle comme source principale

de profits. L'économie de l'enrichissement, en effet, prend concrètement de multiples formes, depuis le développement du tourisme, jusqu'à la gentrification des centres-villes, en passant par la patrimonialisation tous azimuts, le dynamisme de l'industrie du luxe, du marché de l'art ou de l'artisanat d'art, l'augmentation du nombre des musées, la promotion d'un certain « art de vivre » (via nombre de publications, où les publicités pour des objets de luxe côtoient des articles sur les dernières expositions ou des interviews de créateurs – grands couturiers, chefs cuisiniers...), etc.

L'économie de l'enrichissement a pour objectif d'*enrichir* – des objets, certes, mais aussi des personnes puisqu'elle s'adresse avant tout aux plus riches et, en cela, contribue à les enrichir davantage. En effet, si les objets enrichis ont une grande valeur sur le plan matériel, comme on l'a vu, ils ont également (et c'est là leur spécificité) une grande valeur sur le plan symbolique, dans la mesure où posséder des objets enrichis (acquérir une œuvre d'art par exemple, ou manger dans un restaurant gastronomique) enrichit aussi sur le plan moral, intellectuel ou esthétique, en rendant plus admirable, plus intéressant, et en dénotant culture et bon goût. Grâce aux récits qui font de chaque objet possédé une pièce exceptionnelle dans l'histoire de laquelle ils s'insèrent, « les riches » – démontrent Boltanski et Esquerre – sont donc (d'autant plus) riches sur tous les plans.

Ce déplacement du capitalisme vers l'économie de l'enrichissement a plusieurs conséquences, dont les auteurs expliquent qu'il est difficile de rendre compte précisément tant cette mutation à la fois économique et sociale est ignorée, dans son ampleur et sa globalité, par les études statistiques. Les deux sociologues identifient néanmoins certains des effets de l'économie de l'enrichissement, en développant quelques études de cas : la valorisation d'identités locales fabriquées plus ou moins récemment, qui a un impact sur les paysages, l'économie et la morphologie sociale de toute une région (un chapitre passionnant est consacré aux transformations de la commune de Laguiole depuis les années 1960) ; une possible redéfinition de la stratification sociale à l'échelle nationale par le creusement des inégalités, la concentration du capital et la résurgence de la figure du rentier (les plus riches devenant toujours plus riches, au détriment de tous les autres, ce en quoi les auteurs rejoignent les conclusions de l'économiste Thomas Picketty¹) ; l'explosion de la population des « travailleurs

de l'enrichissement », intellectuels précaires et professionnels de la culture, dont le travail consiste à créer, conserver ou vendre des objets « enrichis » en élaborant ou en entretenant les discours autour de ces objets, désormais imprégnés de *storytelling*.

Le dernier élément sur lequel insistent Boltanski et Esquerre est l'implication directe – et sous-estimée, selon les auteurs – de l'État dans la mise en place de l'économie de l'enrichissement au début des années 1980 : la mise en valeur du passé apparaissait alors, en effet, comme un moyen de compenser le déclin industriel de la France. Sous l'action de Jack Lang, les deux sociologues montrent ainsi le renversement opéré par rapport à la politique de Malraux : alors que les appels à réconcilier économie et culture font progressivement passer de la « démocratisation de la culture » à la « démocratisation culturelle », la mise en valeur du patrimoine, désormais perçue comme une condition de possibilité du futur et comme une valeur « de gauche », est au fondement des nouvelles politiques d'aménagement du territoire ou de soutien au secteur associatif dans le domaine culturel (BOLTANSKI, ESQUERRE, 2017, p. 77-83). Dans un second temps, toutefois, sont venus se greffer des intérêts privés à ces initiatives de l'État, « quand des perspectives de profit ont suscité une croissance des investissements dans le luxe, le patrimoine, le tourisme, l'art, la culture, etc., domaines où la rentabilité des capitaux privés semblait d'autant moins risquée qu'ils étaient supportés [...] par les pouvoirs publics » (BOLTANSKI, ESQUERRE, 2017, p. 89). L'intensification des relations entre le public et le privé dans ces secteurs est alors à l'origine des « industries culturelles », tandis que, dans le domaine patrimonial en particulier, les mesures impulsées par l'État rencontrent les intérêts des élites, qui ont largement bénéficié des allègements fiscaux et des subventions, les auteurs rappelant qu'en France 49,57% du patrimoine protégé est privé.

Abordant de multiples thèmes et porteur d'une thèse originale, ce livre se réclame explicitement d'une sociologie ambitieuse, nourrie d'interdisciplinarité qui disputerait à l'économie et à l'histoire, respectivement, la réflexion sur la notion de prix, et l'étude du capitalisme depuis le XVIII^e siècle².

Sur le premier point, Boltanski et Esquerre proposent effectivement une longue discussion (assez aride, disons-le, pour un lectorat néophyte sur ces questions) prenant à rebours la tradition

économique. Depuis Marx, en effet, la valeur est perçue comme une propriété intrinsèque de l'objet, et le prix est ainsi considéré comme le résultat, variable et plus ou moins indexé sur la valeur, des rapports de force sur le marché. Or, Boltanski et Esquerre soutiennent, quant à eux, que seul le prix est réel, la valeur variant selon le contexte d'évaluation. En effet, celle-ci, loin d'être figée, est le résultat d'un « processus de valorisation », et relève donc davantage de l'événement que du fait : c'est pourquoi la valeur est placée non en amont du prix, mais en aval, car elle n'est mobilisée que pour justifier (ou critiquer) le prix³ (BOLTANSKI, ESQUERRE, 2017, p. 143).

Sur le second point, en revanche, la volonté – louable – des deux sociologues de replacer l'émergence de l'économie de l'enrichissement dans le temps long s'avère bien moins convaincante. Boltanski et Esquerre font en effet l'hypothèse intéressante que la mise en place de l'économie de l'enrichissement en ce tournant du XXI^e siècle est comparable aux mutations de la première révolution industrielle (BOLTANSKI, ESQUERRE, 2017, p. 72-73). Malheureusement, leurs tentatives d'analyse diachronique (autour du phénomène de la collection, notamment) ne sont qu'esquissées, faute d'une réelle maîtrise de l'histoire du marché de l'art aux XVIII^e et XIX^e siècles⁴ ou de la notion de patrimoine⁵. Cette méconnaissance conduit les auteurs à voir beaucoup d'innovations au XX^e siècle là où il y a, en fait, maintes continuités : on ne peut, dès lors, que se demander si les phénomènes décrits tout au long de l'ouvrage sont, finalement, si neufs que cela.

Si l'on s'attache au caractère programmatique de ce livre, qui appelle bien d'autres études pour confirmer ou infirmer ses propositions, *Enrichissement* présente un certain intérêt, ne serait-ce que parce que Boltanski et Esquerre y mènent une démarche qui serait inverse de celle qu'on attribue souvent aux sociologues : loin de « désacraliser » les œuvres d'art en les considérant comme n'importe quelle autre marchandise, ils considèrent toutes les choses « enrichies » comme des œuvres d'art, dans l'idée que l'économie de l'enrichissement aurait fait de l'économie capitaliste une sorte de vaste marché de l'art. La thèse proposée reste originale et intéressante, même si elle pâtit de quelques longueurs, d'un raisonnement frisant parfois l'abscons, d'une validation empirique qui reste à faire et d'une perspective historique malheureusement vite expédiée.

Apparemment bien plus modeste dans son ambition, et pourtant aussi (sinon plus) fondamental dans son analyse des transformations contemporaines du marché de l'art à l'ère du capitalisme néolibéral, *Art Unlimited? Dynamics and Paradoxes of a Globalizing Art World*, est un ouvrage collectif paru sous la plume de deux sociologues (Franz Schultheis, Thomas Mazzurana), d'une spécialiste de commerce international (Raphaela Köfeler) et d'un journaliste (Erwin Single). Synthétique (moins de 300 pages) et facile d'accès, *Art Unlimited ?* s'impose comme une étude empirique tout à fait passionnante autour de la mondialisation et de ses effets concrets sur les pratiques et les représentations collectives. Dans cette perspective, les quatre auteurs se penchent plus particulièrement sur le cas du marché de l'art contemporain chinois, en présentant les conclusions de leur enquête collective et d'une campagne d'entretiens (dont une sélection est proposée à la lecture) auprès d'une soixantaine d'acteurs du marché de l'art en Chine, en Europe et aux États-Unis. L'enquête menée prend en effet pour point de départ la création de deux « filiales » de *Art Basel*. La célèbre foire internationale d'art contemporain de Bâle, qui avait fondé *Art Basel Miami* en 2002, a, en effet, créé une nouvelle succursale en 2013 : *Art Basel Hong Kong*, pour étendre son influence hors de l'espace « occidental ».

Il se trouve que, cette année-là justement, la Chine a officiellement dépassé les États-Unis comme espace le plus dynamique du marché de l'art mondial, totalisant 30% des échanges dans ce secteur, après avoir connu une croissance de 177% en 2010, puis 64% en 2011. Ce succès fut cependant de courte durée : la part de la Chine sur le marché de l'art international est retombée à 22% dès 2014, avec pour conséquence un effondrement des prix illustrant l'instabilité de ce tout jeune marché (SCHULTHEIS, SINGLE, KÖFELER *et al.*, 2016, p. 24). Pourtant la conviction que le marché de l'art chinois est en croissance permanente, et s'impose comme l'avenir du marché de l'art mondial, reste quasi-unanimement partagée. Ainsi certains galeristes occidentaux, qui perdent actuellement de l'argent en Chine, justifient-ils ces pertes financières par la nécessité d'être parmi les premiers présents sur ce marché et garantir ainsi leurs profits futurs.

Les quatre auteurs rappellent également qu'il n'existe pas d'unité socio-culturelle « Asie » : ceci est au fondement de plusieurs malentendus entre acteurs européens et chinois sur le marché de

l'art, les premiers percevant l'art contemporain chinois comme un territoire vierge dont les trésors (les artistes) seraient à découvrir, tandis que les seconds y voient avant tout un ensemble riche et varié de productions localement reconnues dont la circulation doit être organisée. De même, ces particularités régionales, dont les Occidentaux n'ont que très peu conscience, se nourrissent du développement d'un goût international pour l'art contemporain, celui-ci devenant un « réservoir symbolique pour l'expression d'un sentiment national », et ce alors même que – autre malentendu – les œuvres chinoises contemporaines sont systématiquement interprétées par les Occidentaux comme des manifestations de la liberté opprimée par un système autoritaire (SCHULTHEIS, SINGLE, KÖFELER *et al.*, 2016, p. 240-242).

Le développement du marché de l'art contemporain chinois était embryonnaire au milieu des années 1990 et date essentiellement des années 2000, ce qui en fait un monde extrêmement récent dont l'expansion, extraordinairement rapide, se caractérise jusqu'à très récemment par une hégémonie des acteurs du marché de l'art états-uniens et européens, qui détiennent non seulement le quasi-monopole des instances de commerce et de diffusion de l'art en Chine, mais aussi le monopole du discours sur les œuvres et les artistes. Les auteurs évoquent néanmoins quelques timides signes annonciateurs de changements à cet égard.

Le marché de l'art contemporain chinois, même s'il a été promu par des acteurs occidentaux, présente des caractères tout à fait singuliers, liés à deux phénomènes : d'une part, à la domination absolue des maisons de vente dans la promotion et le commerce des œuvres, y compris sur le premier marché⁶ ; et d'autre part, à la quasi-absence d'instances de consécration locales (galeries, musées, fondations, académies, etc.), de personnels spécialisés (commissaires d'exposition, conservateurs, critiques, etc.) ou même d'un public qui serait à la fois intéressé et suffisamment informé, en dehors des élites déjà acculturées aux valeurs occidentales.

Les auteurs pointent d'ailleurs que le développement de l'art contemporain a été si rapide qu'il n'existe même pas encore, localement, de consensus historique à son propos. Parce que son émergence a été soudaine, étroitement liée à la croissance économique et à l'investissement d'acteurs privés occidentaux qui ont importé en Chine leurs grilles de lecture en plus de leurs capitaux, la catégorie « art contemporain chinois »

est encore extrêmement artificielle : il n'existe d'ailleurs pas de *champ* de l'art contemporain chinois, dans le sens que Pierre Bourdieu donne à ce terme – c'est-à-dire un espace de positions qui sont le fruit d'une histoire « sédimentée » dans des institutions, des principes, des pratiques et des discours. Cette situation « renversée » (*turned upside down*) fait tout l'intérêt du cas chinois pour les sociologues de l'art, puisqu'il présente un marché économiquement dynamique, mais sans champ, sans profondeur historique.

Art Unlimited? se révèle ainsi une entreprise salutaire de décillement et de rupture avec l'ethnocentrisme, appliquée à l'étude des marchés de l'art internationalisés. À travers les extraits d'entretien et les études de cas proposés, l'ouvrage montre combien la « mondialisation » est d'abord synonyme d'hégémonie occidentale, mais il évoque aussi les multiples reconfigurations locales provoquées par ce mouvement d'imposition de principes et de valeurs exogènes. En cela, cette enquête collective est à rapprocher des nombreux et passionnants travaux qui se développent ces dernières années en sociologie ou en histoire de l'art autour des marchés de l'art « non-occidentaux »⁷, ou des programmes de recherche ayant pour but de mettre au jour l'histoire de ces marchés en les replaçant dans le temps long (à travers, par exemple, le relevé systématique, depuis le XVIII^e siècle, des expositions qui y eurent lieu, ou des revues culturelles qui y parurent, comme le proposent respectivement la base de données *Artlas*⁸ et le projet *Global Art Prospective*⁹ de l'Institut national d'histoire de l'art [INHA], pour ne citer que ces deux programmes).

Ajoutons, pour finir, que *Art Unlimited?*, qui est illustré d'un très bel ensemble de photographies de lieux d'exposition en Chine, a été publié en *Creative Commons* sous l'égide du Fonds National Suisse de la recherche scientifique : on peut donc le trouver en accès libre sur le net.

Séverine Sofio, CNRS (Cresppa, UMR 7217)
Severine.SOFIO@cns.fr

1. Thomas Picketty, *Le Capital au XXI^e siècle*, Paris, Seuil, 2013.

2. On ne reviendra cependant pas ici sur les réserves, qui ont été fort bien exprimées ailleurs (voir Thibault Le Texier, « Le capital par le petit bout de la lorgnette », dans *Revue française de science politique*, n° 2017/3, vol. 67, p. 547-553 ; Quentin Ravelli, « L'économie de l'enrichissement : nouveau stade du capitalisme ou illusion d'optique ? Pistes de réflexion pour la critique de la marchandise », dans *Revue de la régulation*, n° 22 [en ligne, URL : <http://journals.openedition.org/regulation/12454> (consulté le 23 février 2018)] et que nous partageons, à propos de la propension de Boltanski et Esquerre à faire de quelques cas des généralités, sans réelles preuves statistiques ou empiriques de leur représentativité ; ou à propos de l'usage systématique – d'autant plus surprenant sous la plume de sociologues aussi expérimentés – de la locution « les riches » qui, utilisée pour qualifier des populations socialement très diverses (de l'amateur de couteaux Laguiole aux grands patrons des multinationales du luxe...), contribue à renforcer une certaine impression de flou argumentaire.

3. Le discours de justification de la valeur de chaque objet peut alors prendre quatre formes différentes, selon le rapport de cet objet au temps (ce que les auteurs appellent sa « puissance marchande » - positive si l'objet prend de la valeur avec le temps, négative s'il en perd) et selon l'axe argumentaire choisi pour décrire l'objet (qu'il soit « analytique », c'est-à-dire fondé sur les caractéristiques propres de l'objet, ou « narratif », lorsqu'il s'agit d'abord d'ancrer l'objet dans la petite ou la grande histoire). Ces quatre formes, obéissant à des logiques spécifiques, sont la forme « standard » (l'objet paradigmatique concerné par ce type de mise en valeur serait un objet industriel à forte composante technique), la forme « tendance » (l'objet paradigmatique serait ici un vêtement de mode ou un meuble design), la forme « actif » (l'objet paradigmatique serait un bien immobilier dans un quartier prisé) et la forme « collection » (l'objet paradigmatique serait une œuvre d'art ou une montre de collection).

4. Les auteurs avancent par exemple que l'investissement dans l'art contemporain avant le XX^e siècle était avant tout « d'ordre privé » (p. 54), c'est-à-dire qu'il ne donnait pas lieu à de la spéculation financière, ce que nombre d'historiens de l'art des XVIII^e et XIX^e siècles ont infirmé depuis longtemps (voir par exemple, pour le XVIII^e siècle, Patrick Michel, « Le tableau de maître : un objet de luxe dans la France du XVIII^e siècle ? » dans Stéphane Castelluccio (dir.) *Le commerce du luxe à Paris aux XVII^e et XVIII^e siècles. Échanges nationaux et internationaux*, actes du colloque (Paris, centre André Chastel, 2006), Bern, Peter Lang, 2009, p. 73-95 ; ou pour la première moitié du XIX^e siècle, Marie-Claude Chaudonneret, « Collectionner l'art contemporain (1820-1840). L'exemple des banquiers », dans Philippe Sénéchal, Monica Preti-Hamard (dir.), *Collections et marché de l'art en France. 1789-1848*, actes du colloque (Paris, INHA, 2003), Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2005, p. 273-282. De même, on peut regretter que la vision qu'ont Boltanski et Esquerre de l'art au XIX^e siècle soit à ce point nourrie des vieux poncifs sur les « rébellions des avant-gardes » face aux « dispositifs de contrôles académiques » (p. 317)...

5. Étonnamment, en effet, les deux auteurs laissent de côté toute la littérature sur l'évolution de l'idée de patrimoine depuis le XVIII^e siècle, ainsi que sur l'origine des musées et des politiques publiques *ad hoc* (Monuments historiques, etc.) au cours du XIX^e siècle : eussent-ils consulté ces travaux, les auteurs auraient peut-être relativisé le caractère révolutionnaire des « années Lang » sur cette question patrimoniale, qui n'est pas née avec Malraux.

6. S'il existait depuis longtemps un marché de l'art « classique » en Chine (marché qui est toujours extrêmement prospère, les arts traditionnels ayant bien plus de succès, aujourd'hui encore, auprès des Chinois que l'art contemporain), celui-ci n'avait cependant pas d'intermédiaire : les artistes vendaient directement aux collectionneurs. Ce serait là l'une des raisons expliquant la domination des maisons de vente en Chine, au détriment des galeries où le processus de fixation des prix apparaît beaucoup moins transparent (les règles, dans ce domaine, sont effectivement nombreuses et jamais explicites, comme l'a clairement montré Olav Velthuis dans *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton, Princeton University Press, 2005). La domination des maisons de vente sur le marché de l'art contemporain en Chine se nourrit également d'une perception plus directement économique de l'œuvre d'art pour les acheteurs chinois, dont les comportements se rapprochent de la pure spéculation, suscitant l'incompréhension ou le mépris des professionnels occidentaux de l'art contemporain en Chine. Voir aussi à ce propos Marc Abélès, *Pékin 798*, Paris, Stock, 2011 et Svetlana Kharchenkova, *White Cubes in China: A Sociological Study of China's Emerging Market for Contemporary Art*, thèse de doctorat, Université d'Amsterdam, 2017 [disponible en ligne, URL : <https://dare.uva.nl/search?identifieur=6fe4012c-9bce-44dc-8c88-f6a2c1def38f> (consulté le 18 mai 2018)].

7. Voir à ce propos l'excellent numéro *Marchés de l'art émergents* de la revue *Transcontinentales*, et en particulier : Catherine Choron-Baix et Franck Mermier, « L'émergence de nouveaux marchés de l'art » [introduction du numéro], dans *Transcontinentales*, n° 12/13, 2012 [en ligne, URL : <http://journals.openedition.org/transcontinentales/1312> (consulté le 11 mars 2018)].

8. <http://artlas.ens.fr/>

9. <https://www.inha.fr/fr/recherche/le-departement-des-etudes-et-de-la-recherche/domaines-de-recherche/histoire-de-l-art-mondialisee/observatoire-prospectives-art-global.html>

